

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki latar belakang perekonomian yang cukup kuat. Pembangunan ekonomi yang dilaksanakan oleh negara berkembang bertujuan untuk pemerataan pembangunan ekonomi dan hasilnya kepada seluruh masyarakat (Sukirno, Sadono 2007). Untuk mencapai tujuan tersebut maka dilakukan paradigma pembangunan yaitu strategi pemberdayaan. Strategi pemberdayaan yang ada di Indonesia adalah pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM) yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi daerah yang kemudian juga berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Paramita et al., 2014). Dalam menghadapi persaingan antar pelaku usaha kecil menengah (UKM), maka strategi pemasaran menjadi kegiatan operasional yang dilaksanakan oleh pelaku dunia bisnis usaha kecil menengah (UKM). Namun, pelaksanaan kegiatan ini tentunya akan membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Oleh karena itu, pelaksanaan strategi pemasaran yang efektif dan efisien merupakan suatu hal yang patut untuk dipertimbangkan oleh pelaku bisnis UKM. Strategi pemasaran yang dapat dikembangkan dalam bisnis UKM ini adalah dengan menggunakan metode *Blue Ocean Strategy*. Konsep dasar yang digunakan dalam metode *blue ocean strategy* adalah terwujudnya *Value Innovation* (Kim dan Mauborgne, 2012). Menurut Kim dan Mauborgne (2012), metode *blue ocean strategy* mengalihkan diri dari persaingan di *Red Ocean* yang sangat kompetitif. Sementara itu, arti dari *value innovation* adalah persaingan yang tidak selalu berupa inovasi teknologi, namun berupa inovasi untuk peningkatan keuntungan pelanggan yang disesuaikan dengan harga jual dan biaya. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus dapat menggunakan metode *blue ocean strategy* dengan tepat dan cermat.

UKM Roti Impian memproduksi roti dari bahan baku pisang yang mampu memenuhi kebutuhan dalam skala kecil, menengah dan besar. Namun, usaha ini

masih memiliki beberapa kekurangan, diantaranya adalah kurangnya menguasai penjualan produk roti terhadap konsumen yang berada di seluruh kabupaten Tuban, inovasi terhadap pengembangan varian rasa pada roti terkesan monoton. Selain itu dalam menjalankan bisnisnya, UKM Roti Impian memiliki beberapa pesaing bisnis yang bergerak dalam usaha yang sama, yaitu produksi roti seperti UKM Degi *Bakery* dan UKM Sari *Bakery* Untuk itu, agar UKM Roti Impian dapat mempertahankan atau meningkatkan pendapatannya, maka UKM Roti Impian harus melakukan strategi pemasaran yang inovatif, kreatif dan efisien. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2005), bahwa strategi pemasaran sangat memiliki peranan penting dalam menentukan keberlanjutan dan keberuntungan suatu pelaku dunia usaha.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh industri kecil Roti Impian di tengah persaingan perdagangan. Bentuk strategi pemasaran yang dilakukan selama ini oleh UKM Roti Impian adalah dengan cara *word of mouth*. Selain itu, peneliti juga menganalisis strategi pemasaran Roti Impian dengan metode *blue ocean strategy*, karena dengan memakai metode ini dapat meminimalisir persaingan dengan pelaku usaha jenis UKM Roti yang lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian tugas akhir ini adalah “bagaimana strategi *blue ocean* dapat diterapkan dalam mengatasi permasalahan pada segi promosi dan inovasi terhadap pengembangan rasa varian roti dengan tepat di UKM Roti Impian Kabupaten Tuban”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tugas akhir ini adalah “Untuk Mengatasi Permasalahan Pada UKM Roti Impian Dengan Menggunakan Strategi Baru Yang Dapat Diterapkan Pada Perusahaan Melalui Metode *Blue Ocean Strategy* (BOS).

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam perkembangan perekonomian UKM terutama dalam menerapkan metode *blue ocean strategy* sebagai strategi pemasaran pada UKM Roti Impian yang berada di Kabupaten Tuban.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, pembahasan masalah difokuskan pada batasan dan asumsi dalam ruang lingkup tertentu. Batasannya yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan pada UKM cake pisang raja impian yang berada di Kabupaten TUBAN.
2. Metode penelitian dilakukan dengan pencarian data dan referensi baik dari internet maupun journal.